

ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Нестабільне зовнішнє середовище вимагає від бізнесу все більше уваги приділяти питанням формування та вдосконалення корпоративної культури, а саме її впливу на ефективність функціонування підприємства, особливості відносин між працівниками, вимоги та ставлення, адже це набуває істотного значення для прибуткового та ефективного функціонування будь-якого підприємства.

Корпоративну культуру визначають як систему матеріальних і духовних цінностей, які взаємодіють між собою та є характерними для даного підприємства, а також відображають його індивідуальність, сприйняття в соціальному середовищі через поведінку, взаємодію з оточенням [1, с. 249]. Поняття «корпоративна культура» включає в себе багато аспектів, таких як: моральні якості, духовні потреби, освіта, дрес-код, інтер'єр офісу, методи спілкування, політика ведення переговорів, набір різноманітних етичних правил і процедур [2, с. 2]. Вона визначається повсякденною поведінкою та діями вищого, середнього керівництва та окремих працівників компанії. Сформована корпоративна культура позитивно впливає на персонал і організацію в цілому, підвищує ефективність системи управління компанією.

Формування корпоративної культури підприємства – це процес створення такої цінності, яка призведе до вдосконалення підприємства та покращення результатів його діяльності. У загальній системі управління бізнесом корпоративна культура має призводити до змін усіх структурних елементів, покращувати всі бізнес-процеси та забезпечувати зростання прибутку.

Зазвичай, формування корпоративної культури має відбуватися зверху вниз і залежить від бачення керівником мети, способу ведення та розвитку бізнесу. При цьому необхідно враховувати менталітет, соціальну свідомість, психологію, вплив економічного середовища та культурного життя. Корпоративну культуру необхідно періодично оновлювати, щоб відповідати умовам промислової конкуренції, державного регулювання, швидких економічних змін, нових технологій тощо.

Формуванню та впровадженню корпоративної культури в діяльність певного підприємства передую відповідність останнього таким вимогам:

- наявність чітко встановлених принципів, на яких базується вся діяльність компанії;
- організаційна структура компанії повинна містити достатньо компетентний відділ, який займатиметься формуванням, підтримкою та контролем

стану корпоративної культури. На підприємствах, де даний відділ відсутній, дані функції може виконувати відділ маркетингу, оскільки у великих компаніях він має дизайнерів, людей, відповідальних за проведення різного роду досліджень тощо.

Формування корпоративної культури має включати певні етапи, втім члені мають різні погляди на даний процес. Зазвичай, формування ефективно діючої корпоративної культури на підприємстві зводять до наступних етапів: аналіз внутрішніх організаційних процесів компанії; аналіз психологічного клімату компанії; формування моделі корпоративної культури (визначення місії та основних цінностей); формування правил поведінки співробітників на основі основних цінностей; опис традицій та символіки; реалізація моделі; – підтримка моделі [3].

Проте, в даному алгоритмі не вистачає етапу, який передбачав би моніторинг недоліків сформованої корпоративної культури та їх усунення. Крім того, керівництвом має постійно здійснювати аналіз впливу корпоративної культури на функціонування підприємства, відносин всередині колективу, ставлення працівників до свого робочого місця тощо.

Таким чином, формування корпоративної культури та її неухильне дотримання дозволить: забезпечити ефективну роботу та стабільну економічну безпеку підприємства; гармонізувати і скоординувати відносини між співробітниками, між працівниками і керівниками; запобігти або вирішити конфліктні ситуації; залучити клієнтів; забезпечити ефективне прийняття рішень. Міцність та ефективність бізнесу залежить від сформованої корпоративної культури, а потужний бізнес є важливим елементом стабільності економічного та суспільного життя держави.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Попатенко І. О., Тараніч О. В. Управління корпоративною культурою як елемент стратегії розвитку підприємства. Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса. 2022. Том 2 №14. С. 248-253
2. Чернікова Н.М., Долгов С.В., Бондаренко Д.В. Удосконалення корпоративної культури вітчизняних підприємств в умовах динамічного бізнес-середовища. Економіка та суспільство. 2023. №56. С. 1-7.
3. Башук Т. О., Жолудєва А. М. Доцільність формування корпоративної культури на підприємстві. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. № 2. С. 179-184.